

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi saat ini terbilang sangat ketat. Untuk dapat memasuki pasar, perusahaan besar maupun perusahaan kecil diharuskan untuk dapat menyesuaikan kebutuhan konsumen. Untuk itu, perusahaan dituntut memiliki strategi yang tepat agar mencapai tujuan yang telah ditentukan perusahaan. Strategi yang tepat untuk digunakan perusahaan adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran menurut Philip Kotler (2004;81) “Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran”. Salah satunya yang memiliki peranan penting adalah bauran pemasaran. Elemen-elemen yang termasuk kedalam bauran pemasaran adalah Produk, Price (harga) , Place, Promotions. Price (Harga) termasuk kedalam elemen penting bauran pemasaran.

Penetapan harga jual dalam perusahaan memiliki peranan yang cukup penting dalam perkembangan perusahaan. Menentukan harga terlalu tinggi dapat mengakibatkan penjualan semakin menurun, namun jika menentukan harga terlalu rendah dapat mengakibatkan menurunnya keuntungan yang diperoleh perusahaan. Kesalahan penetapan harga jual dapat memiliki dampak yang cukup besar dalam operasi perusahaan, maka dari itu penetapan harga jual harus didasarkan dengan banyak pertimbangan baik dari pandangan perusahaan maupun pembeli / konsumen.

Penetapan harga jual tidak bisa hanya menggunakan perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang tepat dan teliti. Penetapan harga jual harus dapat menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan. Faktor biaya yang menjadi faktor utama dalam penentuan harga jual. Semakin besar biaya yang dikeluarkan maka semakin besar pula harga jual yang akan ditetapkan oleh perusahaan.

Menurut Basu (2005) metode dalam menetapkan harga jual berdasarkan biaya terdapat tiga metode. Metode pertama adalah *cost plus pricing method*, dalam metode ini penjual menetapkan harga jual dari biaya total ditambah dengan jumlah margin yang diinginkan perusahaan. Metode kedua adalah *mark up pricing method*, metode ini biasa digunakan oleh para pedagang yang mana cara menetapkan harga jualnya dengan cara harga beli produk tersebut ditambah dengan mark up pada harga beli per satuan produk. Presentase yang ditetapkan berbeda tiap perusahaannya. Metode ketiga atau metode yang terakhir adalah penentuan harga oleh produsen, dalam metode ini penetapan harga jualnya dengan cara menghitung biaya yang dikeluarkan per unit kemudian menambahkan dengan sejumlah mark up tertentu.

Melihat jenis bisnisnya, PT Kalimas Chemicals dapat dikategorikan kedalam perusahaan dagang dengan mendistribusikan bahan – bahan kimia. Perusahaan dagang menurut Hermanto (2003), perusahaan dagang melakukan pembelian barang dan berusaha menjualnya dengan harga di atas harga pokok agar mendapat keuntungan. Bisa disimpulkan bahwa perusahaan dagang adalah perusahaan yang menjual

produknya kepada pembeli tanpa memproses barangnya terlebih dahulu. Perusahaan ini memasarkan bahan kimia yang dibutuhkan oleh perusahaan manufaktur lainnya dengan cara menjual ke agen-agen dan supplier yang ada disekitar Jawa Timur. Untuk memperoleh bahan baku yang dijual kepada agen dan supplier, PT Kalimas Chemicals membeli langsung kepada perusahaan manufaktur yang menjual bahan mentah nya kepada distributor. Perusahaan manufaktur yang menjadi langganan PT Kalimas Chemicals terdapat di Jakarta. Sehingga biaya yang dibutuhkan untuk memperoleh bahan-bahan kimia tersebut lumayan besar. Dalam penentuan harga jualnya, PT Kalimas Chemicals menggunakan *Markup pricing method* dan *cost plus pricing*. *Markup pricing method* digunakan perusahaan untuk menutupi biaya overhead dan laba bagi perusahaan.

Masalah yang ada di PT Kalimas Chemicals adalah penetapan harga jual produknya yang terlalu mahal dibanding dengan pasar. Karena PT Kalimas Chemicals menginginkan laba setinggi-tingginya sehingga mengakibatkan harga yang ditetapkan untuk harga jual juga ikut tinggi. Sedangkan biaya yang dikeluarkan oleh PT Kalimas Chemicals terhitung tidak terlalu tinggi untuk satuan produknya. Banyak konsumen yang mulai mengeluhkan harga yang ditetapkan terlalu tinggi dibanding perusahaan distributor lainnya, sehingga banyak kemungkinan buruk yang mungkin akan terjadi bila PT Kalimas Chemicals masih menggunakan penetapan harga yang tetap tinggi dibandingkan pasar.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana penetapan harga jual dan faktor-faktor apa saja yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual produk sehingga tidak mengakibatkan perusahaan rugi dan memperoleh laba yang sesuai dengan keinginan perusahaan. Oleh karena itu,penulis melakukan penelitian di PT KALIMAS CHEMICALS dengan judul **“PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK PADA PT KALIMAS CHEMICALS”**

1.2 Tujuan Tugas Akhir

Sesuai dengan latar belakang yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penetapan harga jual produk pada PT Kalimas Chemicals.

1.3 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat dari studi lapangan ini yaitu :

1. Perusahaan

Bagi perusahaan dimana penulis mengadakan penelitian,yaitu pada PT Kalimas Chemicals diharapkan hasil penelitian yang penulis buat dapat dimanfaatkan sebagai pertimbangan dan masukan positif yang nantinya bisa berguna bagi perusahaan dalam menetapkan harga jual produknya.

2. Pihak-pihak lain

Bagi pihak-pihak lainnya diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan pengetahuan dalam menulis tugas akhir mengenai metode penetapan harga jual produk.

1.4 Ruang Lingkup Tugas Akhir

Ruang lingkup pembahasan studi lapang ini meliputi Faktur pembelian, faktur penjualan dan dan laporan keuangan dan beberapa data perusahaan untuk mengetahui metode penetapan harga jual yang diterapkan di PT Kalimas Chemicals.

1.5 Metode Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data-data perusahaan yang berkaitan dengan harga jual produk maupun informasi perusahaan lainnya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoretik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekadar barang yang tidak bermakna (Faisal, 1990: 77). Penulis melakukan dokumentasi data-data perusahaan dengan meminta langsung ke bagian admin perusahaan, sehingga data yang diperoleh akurat dan sesuai.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang sedang dipelajari oleh peneliti. Penulis melakukan observasi di PT Kalimas Chemicals dengan mengamati secara langsung mulai dari proses pembelian produk hingga penjualan produk kepada konsumen.

3. Studi pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan menelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada

hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Penulis melakukan studi pustaka di perpustakaan dengan mengumpulkan data dari berbagai buku dan laporan tugas akhir yang ada hubungannya dengan topik yang diambil oleh penulis yaitu penetapan harga jual produk.

